

рони будуть приймати участь у процесі управління підприємством, вони можуть розглядатися як самокеровані одиниці, що знижує трудомісткість управлінських робіт як на рівні топ-менеджменту, так і на рівні середньої ланки підприємства.

Література

1. *Клейнер Г. Б.* Мировой экономический кризис и проблемы корпоративного управления [электронный ресурс] // Вестник университета. Государственный университет управления. — 2009. — № 3. — Режим доступа: <http://www.kleiner.ru/>

Л. І. Долгова, к.е.н., доцент,
кафедра економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
e-mail: l.dolgova@meta.ua
Л. А. Шергіна, к.е.н., доцент,
кафедра економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
e-mail: shergina60@mail.ru

СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗНАННЯ, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ І ПОШИРЮЮТЬСЯ ЧЕРЕЗ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ МІЖ ЛЮДЬМИ

**Долгова Людмила,
Шергина Лидия
Социальный капитал
предприятия как знания,
которые развиваются
и применяются через
взаимоотношения между людьми**

**Dolgova Ludmila,
Shergina Lidia
Social capital enterprise how
nowledges which are developing
and spreading through
relationships between people**

Кінець ХХ — початок ХХІ століття характеризується зміною економічної і політичної парадигми управління і переходом на постіндустріальний етап суспільного розвитку, на якому знання та інформація стають базовими ресурсами росту економіки. Особливе значення для ефективного функціонування різних економічних структур у нових умовах господарювання набувають такі поняття, як «довіра», «культура», «соціа-

льні мережі». У зв'язку з цим широке поширення отримує концепція соціального капіталу.

Вивчення наукового матеріалу, присвяченого дослідженню соціального капіталу, дозволяють покласти в основу розгляду соціального капіталу підприємства наступне його визначення: на рівні організації соціальний капітал можна визначити як нематеріальний актив, що створюється організацією через систему соціальних взаємовідносин на внутрішньоорганізаційному, міжорганізаційному й організаційно-інституціональному рівні та чинить синергетичний вплив на результати її діяльності завдяки здатності мобілізувати ресурси чи знижувати витрати. При цьому організація виступає в ролі колективного актора, носія певного соціального капіталу. Особливістю цього визначення є виокремлення двох форм існування соціального капіталу виробничої організації, а саме: взаємодії співробітників у системі внутрішнього середовища організації та зовнішньої взаємодії організації як соціального утворення з суб'єктами зовнішнього середовища.

Однією з найважливіших особливостей соціального капіталу є те, що він зв'язує в єдину мережу існуючі ресурси, багатократно збільшуючи їхній потенціал і використовувати їх у взаємозв'язку ефективніше, ніж окремо. Таким чином, призначенням соціального капіталу стає посередництво між акторами (суб'єктами соціальних відносин), ресурсами, капіталами по зв'язуванню їх в єдину функціональну мережу. Основна функція соціального капіталу — забезпечення доступу суб'єктів до благ і цінностей, збільшення обсягу доступних ресурсів, а також зниження витрат, пов'язаних з отриманням цього доступу. Соціальний капітал дає можливість використовувати ті ресурси, якими даний індивід не володіє, а також багатократно підвищувати цінність наявних ресурсів.

Під соціальним капіталом розуміємо зв'язки, а також визнані норми і цінності, що сприяють взаємодії усередині груп чи між ними, та при застосуванні яких можливе отримання певного соціально-економічного ефекту. Соціальний капітал може бути визначений як деякий набір суспільних відносин, що мінімізує операційні витрати інформації у межах всієї економіки [1].

Соціальний капітал визначається тим, що кожен індивід інтегрований до міжособистісних відносин. Діалог, відкритість дозволяють людям отримувати інформацію один від одного. Такий постійний процес збагачує індивіда і, тим самим, соціальний

капітал накопичується та передається від покоління до покоління. Тому стає актуальним виявлення необхідності збагачення та накопичення соціального капіталу в трансформаційних умовах України.

Засновник теорії соціального капіталу Дж. Коулман визначає його як «здатність індивідів розпоряджатися обмеженими ресурсами на основі свого членства в певній соціальній мережі або більш широкій соціальній структурі... Здатність до накопичення соціального капіталу не є індивідуальною характеристикою особистості, вона є особливістю тієї мережі відношень, яку буде індивід. Таким чином, соціальний капітал — продукт включення людини до соціальної структури» [2].

Практично всі наші інтелектуальні переваги — у знанні, що передається суспільством, яке здобувається в процесі соціалізації, інтеграції в систему суспільних відносин. Ці знання характеризують соціальний інтелектуальний рівень. Соціальний капітал не є власністю підприємства, але пов'язаний з інтелектуальним капіталом. При продажу підприємства соціальний капітал (у вигляді досвіду, духовних цінностей) залишається, тому що його носії (персонал) продовжують працювати поза залежністю від зміни власників.

Процес формування соціального капіталу є комплексним і часто важким, тим не менше, сучасна ринкова економіка буде прагнути створювати соціальний капітал, так як це обумовлено високою конкуренцією і потребами суспільства. Головною умовою створення соціального капіталу окремих компаній є прямі інвестиції в освіту, навчання персоналу корпоративним навичкам, а також активне використання інформаційно-комунікаційних інновацій в організації.

Література

1. Бутнік-Сіверський О.Б. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект / О.Б. Бутнік-Сіверський // Інтелектуальний капітал. — 2002. — № 1. — С. 16.
2. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. — 2001. — № 3. — С. 122—139.